Colaboración, comunicación y engagement, tres pilares para construir una nueva cultura e-learning

Más de 900 profesionales de diversas áreas de la empresa asistieron a la sesión online convocada por GoodHabitiz para ayudar a planificar con éxito una cultura de aprendizaje digital y abordar la transición de lo presencial al online

El employee journey debe situarse en el centro de las estrategias de RRHH
La empresa debe motivar, influir y movilizar talento a través de la formación
La responsabilidad compartida y el trabajo conjunto son claves de éxito en el nuevo modelo de aprendizaje
Los ratios de participación, finalización y repetición se disparan con el modelo de GoodHabitiz

29 de Octubre, 2020.- Más de 900 profesionales de diversas áreas de la empresa asistieron a la sesión online convocada por GoodHabitiz para ayudar a planificar con éxito una cultura de aprendizaje digital y abordar la transición de lo presencial al online. Según Roel Koppens, Director General de GoodHabitiz en España, “este encuentro también nos permite dar visibilidad y de alguna forma premiar algunas de las mejores ideas y best practices de nuestros clientes, que demuestran que el éxito de la nueva formación online está en el trabajo conjunto”.

Los contenidos atractivos y mensajes positivos son el denominador común en la oferta formativa de GoodHabitiz, según Koppens, pero su integración en los planes y plataformas propias de las empresas junto a la implicación de los managers, la comunicación efectiva y la atención constante a la experiencia de los empleados, son elementos fundamentales para poder hablar de casos de éxito.

En este evento, dinamizado por Roberto Fernández, presentador de informativos Telecinco y que contó también con la participación de Natalia Muro, Client Manager de GoodHabitiz, se presentaron 7 casos de éxito protagonizados por empresas de diferentes tamaños y sectores de actividad que han integrado el modelo formativo de GoodHabitiz en sus estrategias y en el día a día de sus empleados.

Microcosmos de formación y conocimiento

Juan Antonio Gutiérrez, HR Director de HMY, abrió este “learning journey” explicando que el modelo de GoodHabitiz ha permitido a su compañía dar un salto cualitativo y cuantitativo muy importante en la formación. “El desafío era poder ofrecer de forma rápida una formación atractiva y en el entorno digital, además de sacar al empleado de su zona de confort e involucrarle de forma permanente”, según Gutiérrez.

Desde que comenzó a trabajar con GoodHabitiz, HMY ha ofrecido más de 300 programas. El 85% de los empleados ha accedido a la formación y se han realizado más de 13.000 cursos. La fidelización

supera el 71% y la valoración se sitúa en 84 sobre 100.

Estos datos, según el HR Director de HMY, son fruto de la organización y planificación, y sobre todo, del trabajo conjunto de los equipos internos con la gente de GoodHabitZ, junto a una comunicación divertida y eficaz. “Ahora estamos construyendo un microcosmos de formación y una base de datos de conocimiento que resulta de gran utilidad para la empresa”, asegura el HR Director de HMY.

Personalizar para fidelizar

“La formación en nuestra empresa no es una actividad independiente. Es una etapa más de lo que llamamos “el viaje del talento” y que contempla todo el ciclo de vida del empleado”, explicaba Rebeca Montilla, Talent Manager de Frit Ravich.

La compañía lanzó en enero el campus Frit y buscaba una oferta formativa en la que cada uno de sus 1.000 empleados pudiera percibir contenidos personalizados. Para Montilla es fundamental que la persona se implique y sienta que tiene las riendas de su propia formación y desarrollo. “No se trata solo de poner en marcha programas de formación, sino de mantener la motivación para fomentar el cumplimiento y la repetición. En este sentido, GoodHabitZ es como el Netflix de la formación. Solo con entrar en la plataforma dan ganas de hacer algún curso”, asegura Montilla.

Campus Frit ha registrado unas 10.000 conexiones, lo que supone 10 por usuario y el 50% de la plantilla ha terminado alguna formación. Se han impartido 1.200 actividades formativas y hay otras 1.000 abiertas.

La responsabilidad compartida

Para Pedro Calleja, HR Director de Ferring para España, Grecia y Portugal, la colaboración con GoodHabitZ ha permitido abordar un cambio de paradigma que se basa en la responsabilidad compartida y la interacción para la continua transferencia de conocimiento. “La empresa debe ser responsable de crear un ecosistema que fomente el desarrollo de las personas, pero el empleado también debe implicarse y asumir su parte de responsabilidad en ese proceso”, asegura Calleja.

La integración de GoodHabitZ en la nueva cultura formativa de Ferring ha sido considerada best practice y un ejemplo de intraemprendimiento en todas las áreas de la compañía, desde fábrica a operaciones y ventas. Además, la farmacéutica abordaba, el paso del offline al online, así que cursos relacionados con la gestión del cambio y el trabajo en remoto han sido los de mayor aceptación.

Tras el éxito en España, Grecia y Portugal, Ferring planea lanzar el modelo a nivel mundial.

Fomentar la empleabilidad

Juan Pablo Marín-Lázaro. Director HR Center, Organización y Soluciones de Adecco, considera que la formación es clave para aumentar la empleabilidad. Con motivo de la pandemia, Adecco se sumó a la iniciativa 'movilización por el empleo' dirigida a los sectores más castigados, como el turismo o automoción, y en la que los programas de reskilling y upskilling son fundamentales.

“Más de 40.000 personas de 14.000 empresas han accedido a la formación. Hemos contabilizado unos 58.000 accesos y más de 5.700 cursos finalizados. Son datos de participación y cumplimiento más altos que los obtenidos en otras plataformas”, explicó Marín-Lázaro. La iniciativa se ha presentado como best practice del grupo Adecco a nivel mundial.

Comunicar para conquistar

Durante su intervención en esta sesión online de GoodHabit, Beatriz Amorós, responsable de Formación y Desarrollo RRHH de RACC, destacó la importancia de diseñar campañas de comunicación efectivas y divertidas para generar impactos y fidelizar al empleado en los programas de formación.

En marzo de este año RACC comenzó a introducir los contenidos de GoodHabit en su canal RACC Discovery. Desde entonces, acompaña la oferta formativa con una exitosa campaña, al más puro estilo Netflix, para comunicar los estrenos (cursos) del mes o los programas de cada temporada. “Los contenidos de calidad de la plataforma e-learning junto a libertad de elección y a la comunicación de alto impacto, han contribuido a elevar el nivel de implicación de los empleados y el sentimiento de responsabilidad compartida”, asegura Amorós.

Enfoque humano y acompañamiento

El CEO y fundador de GoodHabit, Maarten Franken, intervino en la sesión para resaltar el caso de e-Meliá, división de Meliá Hotels International, que calificó como “un gran ejemplo, si no el mejor, del éxito de la responsabilidad compartida en la formación” que, además, ha batido todos los récords de logins y volumen de formación terminada en 2020 en los 7 países que opera GoodHabit y entre los 1.300 clientes de la plataforma en Europa.

El sector turístico en general, y el hotelero en particular, son de los más impactados por el COVID-19. “Después de estrenar plataforma LMS en enero e integrar en ella los contenidos de GoodHabit, tuvimos que replantear toda la estrategia de comunicación y formación previstas para 2020”, explicó Pilar López Moreno, responsable de e-Meliá.

“Tenemos claro que ambas áreas tienen que ir de la mano, así que con nuevas estrategias de formación y comunicación, y sin perder de vista en ningún momento el acompañamiento al empleado, empezamos una nueva línea basada en cuatro pilares: Teletrabajo, bienestar físico y emocional, liderazgo y consejos y recomendaciones para conciliar, sobre todo pensando en los trabajadores y trabajadoras con niños en casa. Hemos alcanzado una valoración de 98 sobre 100, más de 28.600

cursos finalizados, 184.500 accesos a nivel internacional y más de 57.000 horas de formación en total”, detalló la responsable de e-Meliá.

En septiembre el grupo dio un nuevo giro a la estrategia y lanzó ‘10 meses 10 competencias’ que combinará hasta junio de 2021 formación por temáticas y workouts para promover la formación continuada entre todos los empleados “que son los verdaderos artífices de estas cifras que hemos conseguido en la formación”, apuntó Pilar López.

La formación eficaz es adictiva

Este learning journey de GoodHabitx se completaba con el testimonio de Alberto Villaverde, gestor de grandes cuentas corporativas de Prosegur. Con más de 60 cursos realizados y más de 165 horas de formación, Villaverde es buena muestra de los resultados que puede alcanzar la integración de una plataforma e-learning innovadora en la estrategia formativa de la empresa.

Como receptor activo de la formación, Alberto Villaverde destacó la metodología totalmente novedosa y la calidad de los contenidos. En su opinión es una formación muy fresca, apetecible y efectiva. “Se puede decir que es adictiva”, apuntaba. “Cuando la trasladas del plano profesional al personal y ves que funciona, la recompensa es mayor. He encontrado recursos para convertir momentos malos y fracasos en algo positivo, en reinención y resiliencia”, comentó el gestor de grandes cuentas de Prosegur.

La actitud como clave de superación

El cierre de este encuentro virtual corrió a cargo de Victor Küppers, conferenciante motivacional, para quien GoodHabitx “es como el paraíso de la formación. Si hace años me hubieran hablado del aprendizaje online de soft skills, me hubiera reído o no hubiera creído una palabra. Pero está claro que ahora es posible”, aseguró.

Küppers destacó la importancia de mantener la actitud en unos momentos tan difíciles como los que se están viviendo. “Es muy lógico caer en el desánimo, y es permisible el enfado, la frustración y el pesimismo. Pero hay que mantener la actitud, porque es lo único que podemos controlar y es la diferencia entre la mejor y la peor versión de uno mismo. Cuando pierdes la actitud, pierdes tu manera de ser, esa manera de ser que te puede llevar a ser extraordinario”.

Hay que cuidar y trabajar el ánimo, reflexionar y buscar las fortalezas y capacidades de cada uno para afrontar las situaciones, comentaba Küppers. Por eso, en la empresa hacen falta líderes que acompañen y escuchen a sus equipos. Que sepan motivar, influir y movilizar, pero sobre todo acompañar”, aseguraba. En sentido, para Víctor Küppers “la verdadera RSC es la de aquellas empresas que se ocupan y preocupan de cuidar a sus recursos humanos”.

Sobre GoodHabitz

Especialista en online learning y en desarrollo personal y profesional. GoodHabitz, creada en 2011, está 100% centrada en ofrecer una experiencia de aprendizaje divertida, fácil y accesible para cualquier profesional a través de su plataforma. La compañía está formando a más de 2 millones de profesionales en el mercado europeo. Los cursos están disponibles en 7 idiomas traducidos y adaptados a la cultura de cada país. GoodHabitz cuenta con más de 1.300 clientes corporativos: Meliá, Sanitas, Prosegur, KLM, Ford, Danone, Deloitte, PWC y Vodafone, entre otros.

Contacto de prensa GoodHabitz

Bárbara González / barbara@bg10.es

M. +34 603 578 654

Datos de contacto:

Bárbara González Diez
603578654

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Comunicación E-Commerce Recursos humanos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>